

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA
MENINGKATKAN PENJUALAN SUSU SEGAR
DI KALANGAN MAHASISWA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

AGUS PARWANTO
NIM. B 100 100 081

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA
MENINGKATKAN PENJUALAN SUSU SEGAR DI KALANGAN
MAHASISWA**

Yang ditulis oleh :

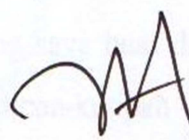
Nama : AGUS PARWANTO

NIM : B. 100 100 081

Pendandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, September 2014

Pembimbing



(Ahmad Mardalis, SE, MBA)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Triyono, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **AGUS PARWANTO**
NIRM : **10.6.106.02016.500081**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
DALAM USAHA MENINGKATKAN
PENJUALAN SUSU SEGAR DI KALANGAN
MAHASISWA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, September 2014

Yang Membuat Pernyataan,

AGUS PARWANTO

MOTTO

Cara untuk menjadi di depan adalah memulai sekarang. Jika memulai sekarang, tahun depan anda akan tahu banyak hal yang sekarang tidak diketahui, dan anda tak akan mengetahui masa depan jika anda menunggu.

(Nabi Muhammad SAW)

Bersikaplah kukuh seperti batu karang tidak putus-putusnya dipukul ombak. Ia tidak saja tetap berdiri kukuh, bahkan ia menentramkan amarah ombak dan gelombang itu.

(Jalinus At-Thabib)

PERSEMBAHAN

Karya ini Kupersembahkan teruntuk :

- Bapak dan ibu yang telah mendidik dan membesarkan aku dengan untaian doa dan kasih sayang yang selalu mengiringi setiap langkahku
”Semoga Sukses Anakku”
- ”Someone” kelak menjadi pendampingku
- Almamaterku, semoga dari sanalah awal kesuksesanku. Amin

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Susu Segar di Kalangan Mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah pengelola, peternak dan para konsumen yaitu mahasiswa. Sedangkan sampel yang digunakan penelitian ini mahasiswa angkatan 2010 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Berdasarkan analisa SWOT, posisi perusahaan berada pada kuadran I. hal tersebut berarti perusahaan mempunyai peluang lingkungan sebesar 1.05 dan kekuatan internal sebesar 0,97. Maka strategi yang sesuai untuk dilakukan adalah strategi agresif atau strategi ekspansi untuk memaksimalkan kekuatan internal dan eksternal perusahaan

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Strategi agresif dan strategi ekspansi.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah hirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan Rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman kegelapan kejaman yang jauh lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan sukarela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Setiawan, M.Si, selaku Kajur Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Jati Waskito, SE, M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan saran selama aku kuliah di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Ahmad Mardalis, SE., MBA selaku pembimbing skripsi yang dengan penuh keikhlasan dan kesabaran membantu penulis hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf karyawan FEB. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.
6. Ibu dan Bapak yang penulis sayangi terima kasih atas kasih sayangnya yang tulus, tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.
7. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seangkatan 2010 terima kasih atas keceriaan dan kebahagiaan selama menuntut ilmu di UMS

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun tak ada gading yang tak retak, maka saran yang konstruktif senantiasa penulis nantikan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Surakarta, September 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Skripsi.....	5
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	 6
A. Pemasaran.....	6
1. Pengertian Pemasaran.....	6
2. Konsep Pemasaran.....	12

3. Fungsi Pemasaran	14
B. Strategi Pemasaran	16
1. Pengertian Strategi Pemasaran	16
2. Tujuan Strategi Pemasaran	20
C. Konsumen yang dituju (target consumer)	21
D. Komponen Analisa Pasar	21
E. Ancaman Pendapatan Baru.....	22
F. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli	23
G. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok	23
H. Kondisi dan Keadaan.....	24
I. Segmentasi Pasar	24
J. Volume Penjualan	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
A. Desain Penelitian	27
B. Populasi	27
C. Sumber Data	28
D. Teknik Pengumpulan Data	28
E. Metode Analisis Data	29
F. Analisis SWOT.....	37
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	40
A. Sejarah KUD Musuk Boyolali.....	39
B. Analisis Lingkungan.....	41
1. Analisis Lingkungan Eksternal.....	41

2. Analisis Lingkungan Internal	48
C. Peluang dan Ancaman	50
D. Kekuatan dan Kelemahan	53
E. Analisis Matrik IFAS	56
F. Analisis Matrik EFAS	57
G. Analisis SWOT	58
H. Analisis Matrik IE (Internal-External)	59
I. Pembahasan	61
BAB V. PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Keterbatasan Penelitian	64
C. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel IFAS	56
Tabel 4.2	Tabel EFAS	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Diagram SWOT	59
Gambar 4.2 Matrik IE	60